

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel harga, kualitas produk dan kepercayaan terhadap keputusan konsumen dalam membeli. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengunjung Barata Pasaraya Surabaya. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Purposive sampling* dimana respondennya merupakan perempuan dan laki-laki dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Sedangkan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda.

Hasil pengujian dengan menggunakan uji asumsi klasik dalam memenuhi kriteria yang ditentukan; uji kelayakan model menunjukkan pengaruh ketiga variabel adalah signifikan yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi F yaitu $0,000 < \alpha$ $0,05$, bahwa variabel harga, kualitas produk dan kepercayaan dalam keputusan pembelian dalam model penelitian ini layak digunakan dan keseluruhan variabel independent memiliki pengaruh yang besar. Selanjutnya dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk dan kepercayaan secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk Susu Zee.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Kepercayaan, Kualitas Produk, Harga

ABSTRACT

This research aimed to find out and analyze the effect of price, product quality and trust on consumers' buying decision. While, the population was customers of Barata Pasaraya, Surabaya. Moreover, the data collection technique used purposive sampling. In line with, there were 100 respondents of men and women as sample. In addition, the data analysis technique used multiple regression.

The research result, from classical assumption test, concluded the research had fulfilled the criteria. Meanwhile, the proper test model concluded the effect of three variables were significant with its value of $0,000 < \alpha 0,05$. Furthermore, price, product quality, and trust had significant effect, partially, on the customers' buying decision of milk product of Zee.

Keywords: Buying decision, Trust, Product Quality, Price

